



Markedsstrategi 2018 - 2022

Kort om virksomheten

ZERO er en uavhengig, ideell miljøstiftelse som mener at klima er den største samfunnsutfordringen verden står ovenfor. ZERO arbeider for å drive frem nullutslippsløsninger og forhindre investeringer i løsninger som gir utslipp. Oppgaven til ZERO er å sikre en praktisk og raskest mulig overgang fra klimaskadelig aktivitet til utslippsfrie løsninger – Det grønne skiftet.

Om prosjektet

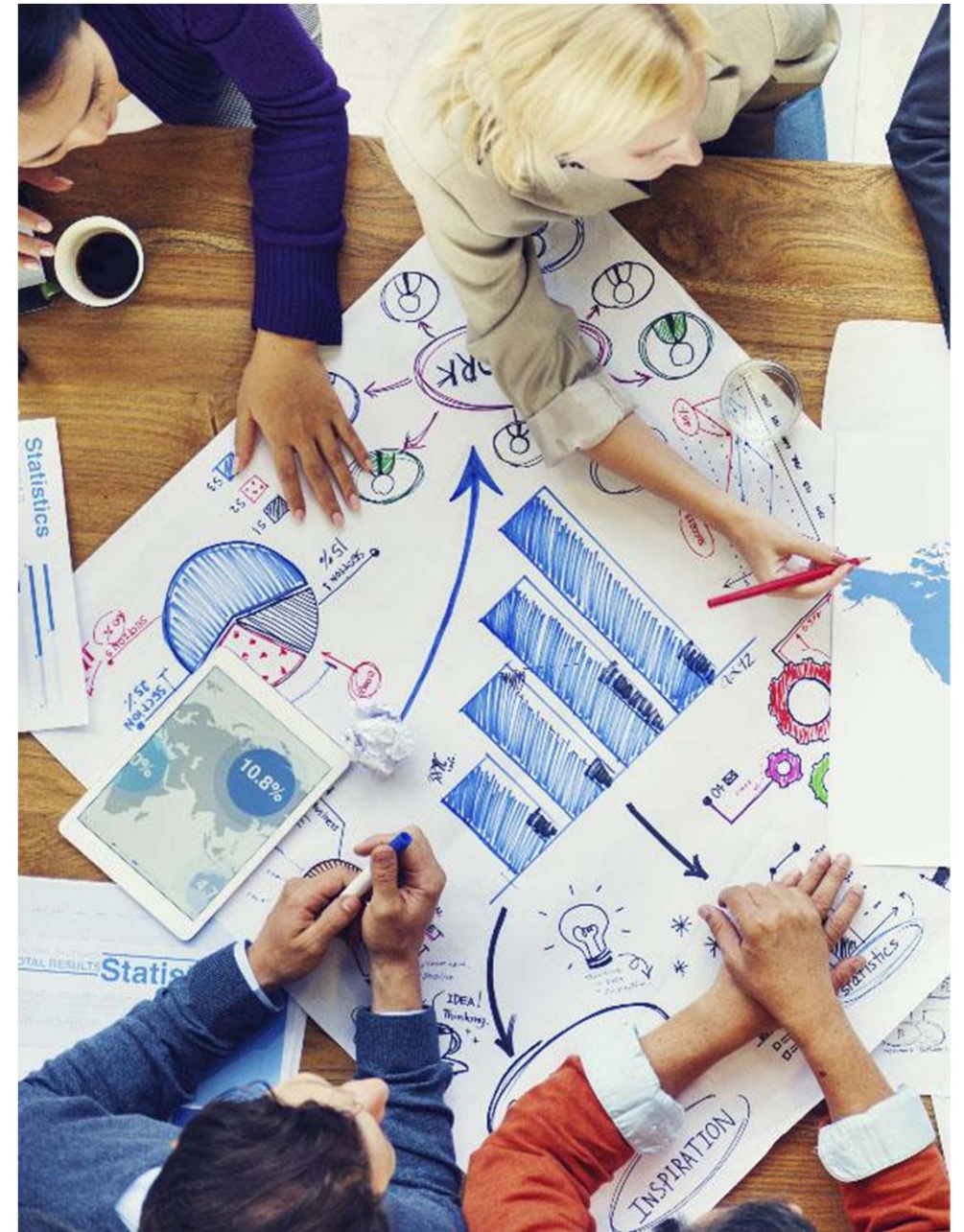
De siste årene har det kommet flere internasjonale og nasjonale vedtekter om klimagassutslipp, noe som har satt klima på agendaen til en rekke næringslivsaktører. For å møte næringslivets økte fokus på klima er det nødvendig for ZERO å ha en tydelig markedsstrategi. Deloitte bistod ZERO i dette arbeidet, med mål om at flere virksomheter kan få bedre kjennskap til ZERO og hvilken verdi de kan tilføre sine samarbeidspartnere.

Viktige elementer i prosjektet var å:

- Tydeliggjøre Zero sin profil ved å identifisere tiltak som øker næringslivsaktørenes kjennskap til organisasjonen
- Identifisere viktige satsningsområder fremover og skape en tydelig posisjon innen de tre viktigste områdene
- Synliggjøre hvilken verdi ZERO kan tilføre sine samarbeidspartnere

Bidrag til mål 13 - Stoppe klimaendringene

Tydeliggjøring av ZERO sin markedsstrategi er et viktig bidrag i ZEROs arbeid med å prioritere tiltak og løsninger som gir størst mulig effekt. Viktige kriterier i arbeidet har vært at satsningsområdene må kunne føre til store utslippskutt, skape ringvirkninger for samfunnet, være finansierbare og at ZERO sitt arbeid skal utgjøre en reell forskjell.



Deloitte.